



DA.261.2.2024/ZP

Kraków, dnia 17.07.2024 r.

## Zawiadomienie o wynikach postępowania

Dotyczy: postępowania na „**Usługa przygotowania i przeprowadzenia kompleksowej kampanii promującej czytelnictwo w Polsce w 2023r. „Mała książka – wielki człowiek”**” - znak sprawy: DA.261.2.2024/ZP

Działając na podstawie art. 253 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. z 2023 r., poz. 1605, ze zm.), zwanej dalej ustawą PZP Zamawiający informuje, że w przedmiotowym postępowaniu dokonał wyboru oferty najkorzystniejszej:

Za najkorzystniejszą została uznana oferta Wykonawcy **APLAN MEDIA Sp. z o.o., ul. Wróblewskiego 18, 93-578 Łódź**, ze względu na uzyskaną największą ilość punktów i spełnienie warunków udziału w postępowaniu.

Streszczenie złożonych ofert:

1. W postępowaniu wpłynęły 4 oferty:

<b>„Usługa przygotowania i przeprowadzenia kompleksowej kampanii promującej czytelnictwo w Polsce w 2024r. „Mała książka – wielki człowiek”</b>		
<b>Nr</b>	<b>Nazwa (firma) i adres Wykonawcy</b>	<b>Wartość oferty brutto w zł</b>
<b>1</b>	<b>APLAN MEDIA Sp. z o.o.</b> , ul. Wróblewskiego 18, 93-578 Łódź	<b>2 956 735,50</b>
<b>2</b>	<b>Agencja Reklamowa dsk sp. z o.o.</b> Ul. Niedźwiedzia 10, 02-737 Warszawa	<b>2 962 550,33</b>
<b>3</b>	<b>Media Group Sp. z o.o. – Lider Konsorcjum</b> Ul. Żurawia 6/12/320 00-503 Warszawa <b>oraz</b> <b>Fabryka Komunikacji Społecznej s.c., Paweł Prochenko, Ireneusz Stankiewicz – Partner Konsorcjum</b> ul. Filtrowa 75 lok. 22, 02-032 Warszawa	<b>2 961 840,00</b>
<b>4</b>	<b>TARRAYA S.A.</b> ul. Głogowska 108/6 60-263 Poznań	<b>2 959 632,60</b>

2. Ranking ofert z uwzględnieniem punktacji w każdym z kryteriów określonych w sekcji XVIII, ust. 1 SWZ.

	<b>APLAN MEDIA Sp. z o.o.</b>	<b>dsk sp. z o.o.</b>	<b>Media Group Sp. z o.o.</b>	<b>TARRAYA S.A.</b>
Cena	25	24,95	24,96	24,98
Koncepcja	20	20	17,5	20
Parametry kampanii w Internecie kryterium świadomości marki <b>(UU)</b>	10	10	10	0,00
Parametry kampanii w Internecie - kryterium świadomości marki – ilość kontaktu z reklamą w grupie docelowej <b>(OTS)</b>	10	10	8	10
Parametry kampanii w telewizji – kryterium świadomości marki, wartość procentowa <b>zasięgu 3+</b>	10	10	10	10
Parametry kampanii w telewizji – kryterium świadomości marki , liczba punktów <b>GRP</b>	10	5,06	5,23	2,76
Kryterium rozpoznawalności marki „Mała książka – wielki człowiek” – <b>odsetek wzmianek pozytywnych w mediach</b>	6,4	7	7	6,4
Kryterium rozpoznawalności marki – liczba wzmianek w Internecie z oznaczeniem <b>#malaksiazkawi elkiczłowiek</b> lub <b>#małaksiążkawi elkiczłowiek</b>	5	5	5	4
Zatrudnienie osób niepełnosprawnych	3	3	3	3
Suma	<b>99,40 pkt</b>	<b>95,01 pkt</b>	<b>90,69 pkt</b>	<b>81,14 pkt</b>

3. Tabela ocen cząstkowych Wstępnej koncepcji strategiczno kreatywnej kampanii.

	<b>OFERENT</b>	Opis głównych założeń strategicznych i kreatywnych (0-5 pkt)	Wstępny scenariusz spotu telewizyjnego w wersji 30" (0-5 pkt)	Wstępny projekt plakatu (0-5 pkt)	Wstępny opis wydarzenia ambientowego (0-5 pkt)	<b>Suma</b>
1.	<b>APLAN MEDIA Sp. z o.o.</b> , ul. Wróblewskiego 18, 93-578 Łódź	5	5	5	5	<b>20 pkt</b>
2.	<b>Agencja Reklamowa dsk sp. z o.o.</b> Ul. Niedźwiedzia 10, 02-737 Warszawa.	5	5	5	5	<b>20 pkt</b>
3.	<b>Media Group Sp. z o.o. Ul.</b> Żurawia 6/12/320 00-503 Warszawa	2,5	5	5	5	<b>17,5 pkt</b>
4.	<b>TARRAYA S.A.</b> ul. Głogowska 108/6 60-263 Poznań	5	5	5	5	<b>20 pkt</b>

4. Zamawiający nie wykluczył żadnego z Wykonawców, ani nie odrzucił żadnej z ofert.

Do powyższego rozstrzygnięcia służy odwołanie do Krajowej Izby Odwoławczej, na zasadach opisanych w rozdziale XXII SWZ,

Grzegorz Jankowicz  
Dyrektor Instytutu Książki